



**Rakuten**

The Rakuten logo is displayed in white on a red background. It features the word "Rakuten" in a bold, sans-serif font. A white horizontal line is positioned below the "u" and "t", extending slightly to the left and right of the letter "t".

Dossier de presse  
2022

# Rakuten, l'e-commerce qui met tout le monde d'accord

➔ Édito

**Avec plus de 50 millions de produits de seconde main dans son catalogue, Rakuten s'affirme comme un acteur majeur de l'économie circulaire en France.**

“

Véritable plateforme de shopping, Rakuten s'engage au quotidien à promouvoir un commerce responsable et positif. Engagé en faveur de l'économie circulaire, nous accompagnons nos membres vers des modes de consommation vertueux, en informant et en encourageant notamment les achats de seconde main.

Engagé également dans l'accompagnement de la digitalisation des commerçants, quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité, et sans jamais entrer en concurrence avec eux.

Engagé enfin à redonner du pouvoir d'achat aux 12 millions de membres de notre programme de fidélité Club R, récompensant ainsi chaque acte d'achat ou de mise en vente sur la plateforme.

Cet engagement pour les commerçants, pour les consommateurs et pour l'environnement, anime toutes nos actions et se retrouve dans notre signature : Rakuten, l'e-commerce qui met tout le monde d'accord. Il s'est traduit, en 2021, par plusieurs innovations importantes : le badge Vision'R, pour encourager l'économie circulaire en récompensant l'achat de produits de seconde main ; Reconditionné CeRtifié, une offre unique sur le marché qui assure aux acheteurs la garantie du neuf au prix du reconditionné et enfin le Pack Starter, solution inédite pour faciliter l'accès des petites entreprises à l'e-commerce.

2022 marque une nouvelle étape dans le développement de notre écosystème inclusif avec le lancement en mars de Rakuten Fulfillment Network, une offre innovante à destination des vendeurs français et internationaux pour démocratiser l'accès à la logistique e-commerce. Nous appor-

tons, sur un marché jusqu'ici marqué par des politiques tarifaires souvent opaques et des modèles non-concurrentiels, la garantie d'une offre de qualité, à la fois accessible et transparente pour permettre à chacun de développer son activité e-commerce.

Cette vision singulière est constitutive de l'identité de Rakuten, « optimisme » en japonais. À l'origine même de la place de marché B2B2C, qui a bâti son identité autour de valeurs fortes – sens du service, respect, générosité, détermination –, et propose aujourd'hui un écosystème de plus de 70 services numériques dans le monde. C'est cette identité et ce modèle unique que nous vous invitons à découvrir dans ce dossier de presse.

**Fabien Versavau**, PDG de Rakuten France ”



# Rakuten, groupe d'innovation digitale, pionnier de la place de marché

➔ *Rakuten, aux racines de l'e-commerce*

Fondé au Japon en 1997, Rakuten est l'un des groupes pionniers de l'e-commerce, créateur de la toute première place de marché B2B2C virtuelle au monde.

L'objectif de son fondateur, Hiroshi Mikitani, est simple : permettre aux commerçants de tous horizons de développer leur activité grâce à la puissance d'Internet et des nouvelles technologies, qu'il s'agisse de grandes enseignes ou de vendeurs indépendants, qu'ils soient ou non familiers avec les outils numériques.

Aujourd'hui, fort d'un écosystème de plus de 70 services digitaux complémentaires, dans des domaines aussi variés que l'e-commerce, les télécommunications, les Fintech, la publicité ou encore l'Intelligence Artificielle, Rakuten est un leader mondial des services en ligne et un acteur international majeur de l'innovation, côté en Bourse à Tokyo. Le groupe figure parmi les plateformes e-commerce les plus influentes

au monde. Sa mission est de contribuer à la société en créant de la valeur à travers l'entrepreneuriat et l'innovation. C'est au travers d'une vision résolument « Optimiste » que les 25 000 employés de Rakuten, répartis dans plus de 30 pays à travers le monde, œuvrent chaque jour pour imaginer des services et technologies qui enrichissent et facilitent le quotidien de tous.

**« Rakuten »  
signifie  
« Optimisme »  
en japonais**

**Rakuten  
25  
YEARS**

il débute sa carrière dans la finance.

Suite aux destructions massives causées par le séisme de 1995 à Kobe, Mickey, de son surnom, décide de participer à la relance économique de son pays. C'est à ce moment-là qu'il anticipe le potentiel d'Internet et fonde avec trois cofondateurs en 1996 la société de commerce électronique MDM, Inc. qui deviendra Rakuten Ichiba, le 1<sup>er</sup> mai 1997.

En 1999, la société devient Rakuten, Inc. et est introduite en Bourse sur le Nasdaq en 2000. Rakuten commence alors son expansion internationale pour devenir l'un des groupes digitaux les plus influents au monde. Pour sa contribution économique et culturelle de Rakuten en France, Hiroshi Mikitani reçoit la Légion d'Honneur en 2014.

**Hiroshi Mikitani**, Fondateur et PDG de Rakuten



## → Des valeurs au cœur d'un modèle économique vertueux



### **Omotenashi**

Cher aux Japonais, ce sens du service absolu structure la vision du e-commerce portée par Rakuten. Proximité, écoute, hospitalité et accompagnement constituent ainsi les fondations de chacune des relations.



### **Respect**

Les croyances shintos mettent en exergue le respect envers toute forme de vie. C'est dans cet esprit, empreint de la culture japonaise, que Rakuten préserve les équilibres, les traditions locales et les communautés avec lesquelles le groupe interagit.



### **Générosité**

La singularité de Rakuten dans la sphère e-commerce se manifeste par son modèle économique unique, qui privilégie la fidélisation de ses membres. Guidé par une culture d'entreprise japonaise encourageant l'approche collective et la récompense de l'engagement, Rakuten est la 1ère place de marché à lancer son programme de fidélité, le Club R." par "l'écosystème Rakuten place la récompense de la fidélité de ses membres au cœur de son modèle à travers le programme Club R.



### **Détermination**

Chez Rakuten, seules la réussite des partenaires et la satisfaction des membres contribuent au développement du groupe. Ce modèle économique, vertueux et optimiste, où la création de valeur est partagée, pousse chaque jour les équipes de Rakuten à se surpasser.



**1997**

En 1997, Hiroshi Mikitani lance la 1<sup>ère</sup> place de marché B2B2C virtuelle au monde – Rakuten Ichiba – avec 6 employés et 13 vendeurs professionnels. L'Omotenashi est définie comme étant l'une des valeurs cardinales du groupe.



**2002**

En 2002, Rakuten crée le Club R. Toutes les transactions réalisées sur la plateforme génèrent des Rakuten Points qui sont ensuite à valoir, sous forme de réductions, auprès de l'ensemble des vendeurs présents sur la plateforme.



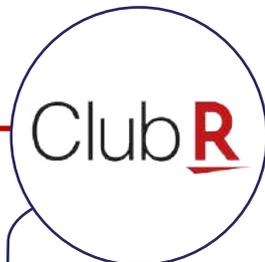
**2008 / 2010**

En 2008, Le groupe décide d'internationaliser son activité d'e-commerce et commence son expansion d'abord à Taïwan, puis en France 2 ans après, en acquérant PriceMinister et aux États-Unis avec Buy.com.



**2012 / 2014**

En 2012, L'ère du contenu digital débute avec l'acquisition de Kobo & Wuaki TV (devenu Rakuten TV). Le groupe intègre également la plateforme de messagerie instantanée Viber et poursuit son développement international en adoptant l'anglais comme langue officielle.



**2016 / 2018**

En 2016, PriceMinister devient Rakuten France. Le Club R est introduit sur le marché français. Rakuten est le sponsor officiel de l'emblématique équipe de basketball des Golden State Warriors.



**2019 / 2020**

En 2019, Rakuten Mobile, 4<sup>ème</sup> opérateur mobile du Japon, propose des abonnements 5G et devient le 1<sup>er</sup> opérateur au monde à lancer à grande échelle le standard Open-RAN (réseau d'accès radio ouvert).

# → Une empreinte mondiale

- E-Commerce
- Rakuten Institute of Technology
- Publicité digitale
- Centre d'ingénierie
- Communication
- Sièges régionaux / internationaux
- Activités fintech



## → Un écosystème unique

Rakuten propose un écosystème de plus de 70 expertises qui placent le groupe parmi les acteurs incontournables de la scène technologique mondiale.

Shopping, lecture, films, cartes bancaires... autant de services qui accompagnent le quotidien d'1,6 million de membres grâce à un système d'identification unique.

Les commerçants, qu'ils opèrent au sein des marques, d'enseignes, ou de TPE & PME, peuvent également profiter de nombreuses technologies qui leur permettent de développer leur activité (e-commerce, fintech, publicité digitale, click & collect etc.).

# + 12

Milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2021

# + 25 000

Employés

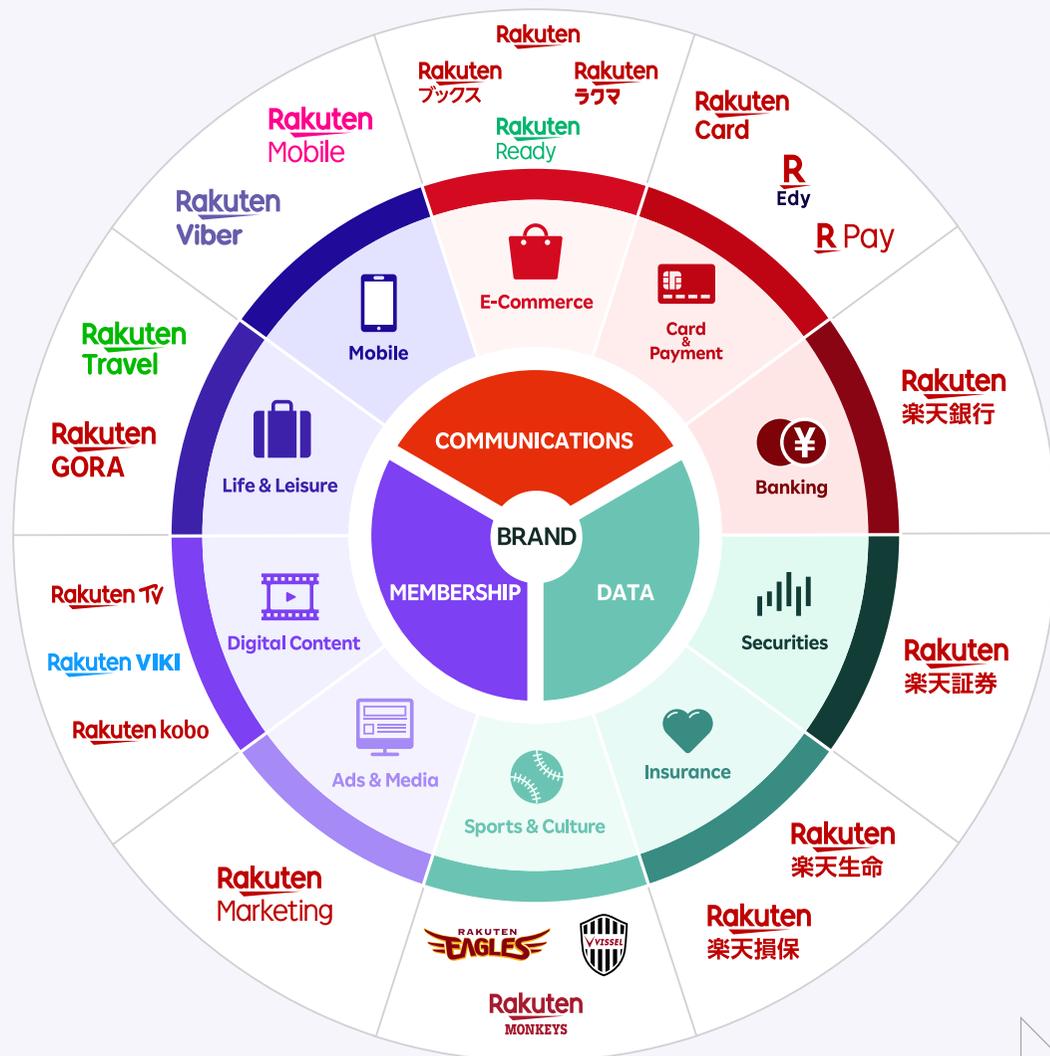
# 70

Services

Présents dans

# 30

Pays





## E-commerce

Activité historique du groupe, la plateforme e-commerce de Rakuten permet à des milliers de commerçants (marques, enseignes ou commerces de proximité) et particuliers, à travers le monde, de promouvoir leurs produits auprès des membres de la communauté. Grâce à l'acquisition de Tarad.com en Thaïlande, Buy.com aux Etats-Unis et PriceMinister.com en France, Rakuten a su établir son modèle international tout en préservant l'activité économique d'acteurs locaux incontournables.



## Contenus digitaux

Rakuten offre à sa communauté des services de divertissement pour accompagner ses membres au quotidien: de la lecture avec Kobo, la 1<sup>ère</sup> librairie numérique au monde avec plus de 56 millions d'ouvrages, au streaming avec Rakuten Viki et Rakuten TV (1<sup>er</sup> service AVOD) en passant par Rakuten Music pour écouter de la musique en illimité... les membres ont ainsi accès à une multitude de contenus variés à travers le monde.



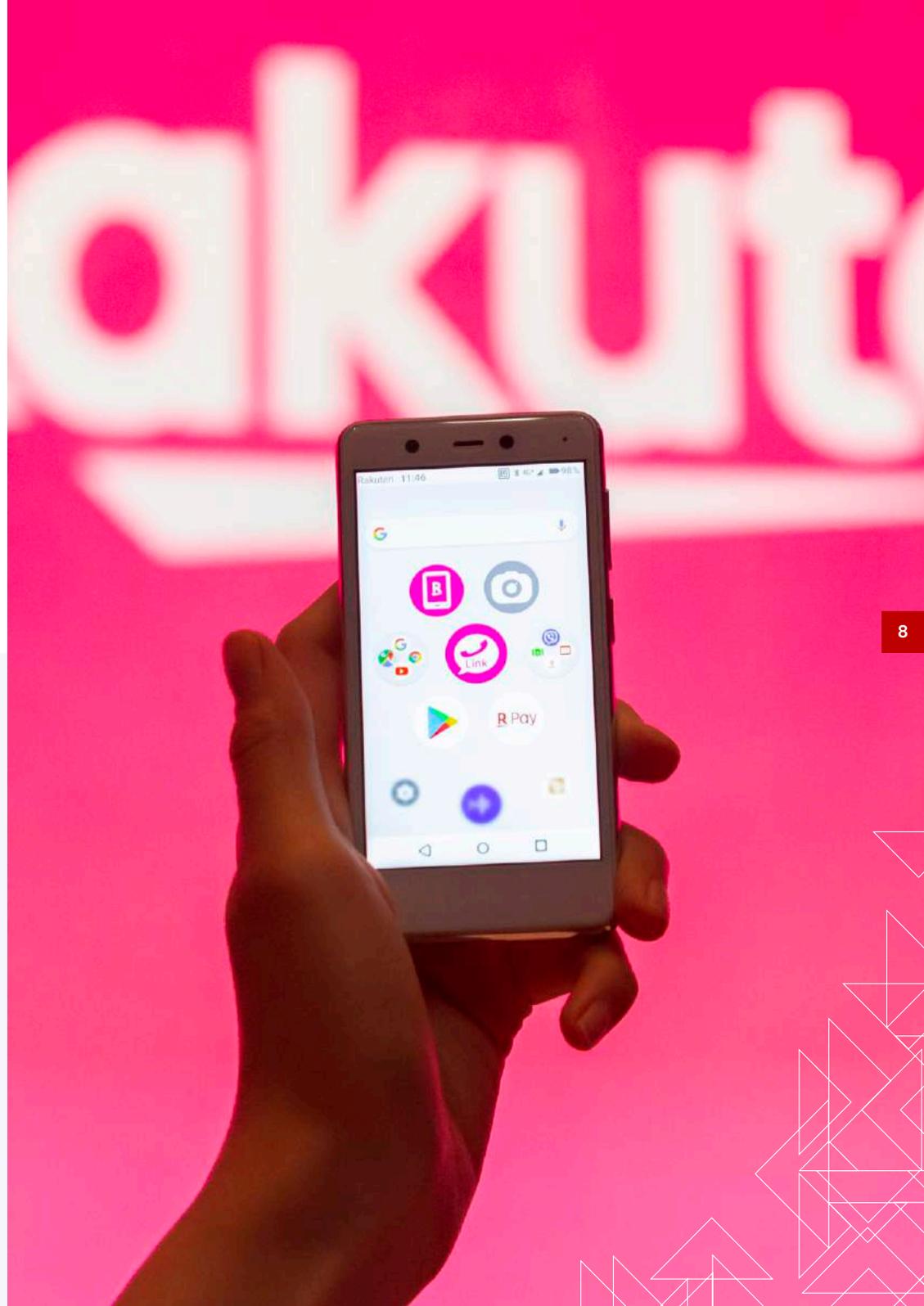
## Fintech

Cartes de crédit, courtage en ligne, banque, assurance... Au Japon, Rakuten est le numéro 1 du paiement en ligne et le 1<sup>er</sup> émetteur de cartes bancaires. Son système interconnecté permet aux utilisateurs de l'archipel de gagner et dépenser des Rakuten Points en ligne et partout en magasin par le biais des différents moyens de paiements proposés par le groupe. Rakuten soutient ainsi une politique durable de l'Etat japonais qui promeut une société sans argent liquide.



## Télécommunications

Avec l'acquisition de Viber, service de messagerie instantanée utilisé par plus d'un milliard d'utilisateurs, Rakuten fait un premier pas dans l'univers du mobile en 2014. Mais c'est en devenant le 4<sup>ème</sup> opérateur de télécommunications du Japon avec Rakuten Mobile que le groupe intègre pleinement cette activité à son écosystème. La promesse est simple : permettre à tous d'accéder à un réseau de qualité (4G et 5G) abordable, quelle que soit la localisation des abonnés, grâce au déploiement d'infrastructures performantes, à la fois peu coûteuses et entièrement virtualisées (cloud).



## ➔ **L'innovation, l'ADN du groupe**

Depuis 2006, Rakuten Institute of Technology déploie des centres dédiés à la recherche et au développement de technologies digitales.

Réalité virtuelle, drone, voiture autonome... l'objectif de ces centres (basés à Tokyo, Paris, Singapour, Boston, San Mateo et Bangalore) est clair : les ingénieurs anticipent les usages et répondent à l'intérêt croissant que portent les partenaires de l'écosystème Rakuten aux avancées technologiques de demain, tous secteurs confondus.

En France, RIT compte plus d'une dizaine de collaborateurs qui travaillent majoritairement sur le deep learning.

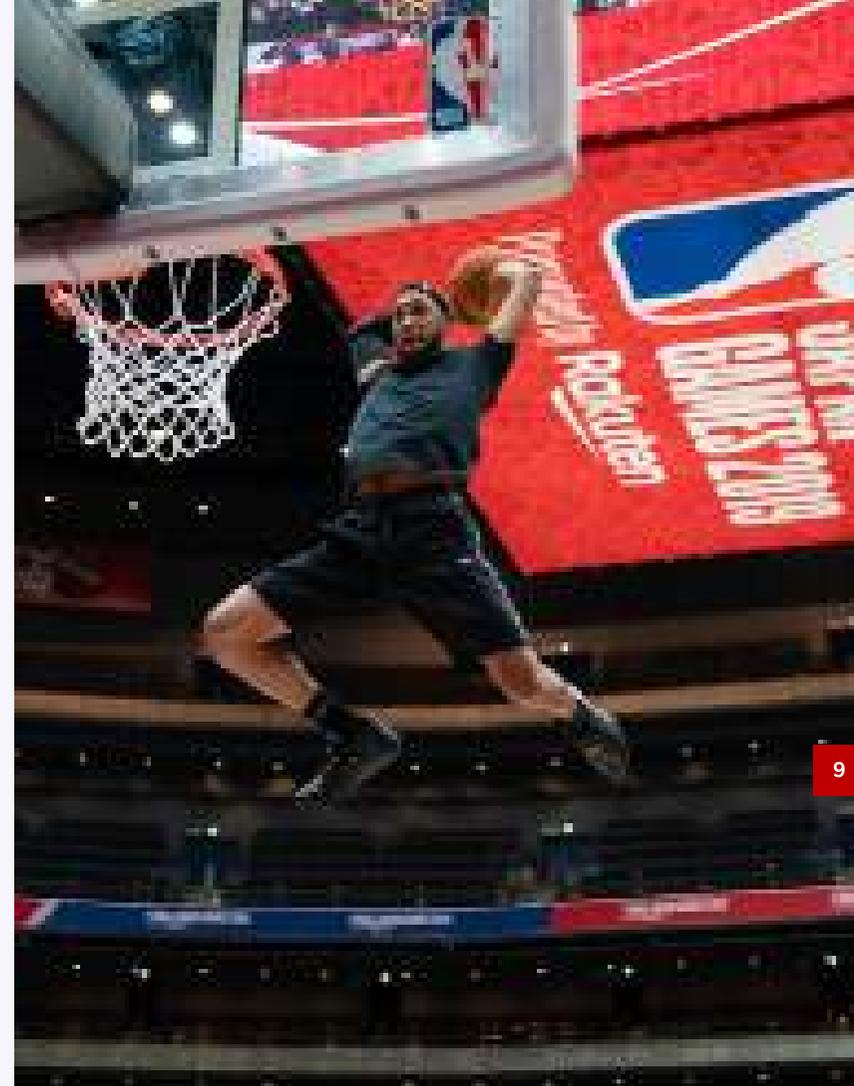


## ➔ **Des partenariats majeurs**

Tennis, basketball, baseball, la passion de Rakuten pour le sport est mondialement connue. En tant que tout premier sponsor à apposer son logo sur le maillot des Golden State Warriors, célèbre équipe championne de la NBA, le groupe a réussi à asseoir sa notoriété en Europe et aux États-Unis.

Déjà présent dans le milieu du tennis avec Rakuten Japan Open (qui fait partie de l'ATP World Tour 500 Series et du plus grand tournoi de tennis masculin du Japon), le groupe est depuis 2019 le sponsor-titre de la nouvelle Coupe Davis, renommée Davis Cup by Rakuten.

En 2019, Rakuten franchit une nouvelle étape en devenant le partenaire officiel de la Fashion Week de Tokyo et en lançant une collaboration avec la spécialiste du rangement à la renommée internationale, Marie Kondo, qui devient pour l'occasion la première « Ambassadrice de la Joie » du groupe.



**« Nous continuons de croire que le monde numérique a le potentiel d'améliorer la vie de chacun d'entre nous. Oubliez la peur. Embrassez l'optimisme. »**

**Hiroshi Mikitani**

Fondateur et PDG de Rakuten

# Rakuten France, le modèle de l'e-commerce inclusif

➔ *L'e-commerce qui  
met tout le monde  
d'accord*

*Fidèle à ses valeurs fondatrices,  
Rakuten prône un modèle  
d'e-commerce vertueux qui  
profite à tous, aussi bien vendeurs,  
qu'ils soient particuliers ou  
professionnels, que consommateurs.*

La vision de Rakuten s'articule autour de trois piliers porteurs de croissance, à la confluence des tendances économiques, sociétales et environnementales d'aujourd'hui : le soutien au pouvoir d'achat, l'économie circulaire et la digitalisation des commerces. L'ambition de Rakuten France est d'amener ces évolutions à pleine maturité en développant, grâce au travail quotidien de ses 350 collaborateurs Rakuten en France, les outils technologiques et services innovants qui bénéficieront à tous.

Avec la volonté de proposer un « e-commerce qui met tout le monde d'accord », Rakuten promeut une vision vertueuse et inclusive de l'e-commerce, en soutenant la digitalisation de tous les vendeurs professionnels, quel que soit leur structure, et en offrant aux consommateurs, vendeurs ou acheteurs, le premier écosystème redistributif de l'e-commerce français.



**350**

Salariés  
Rakuten France

En moyenne  
**15M**

de VU / mois

**12**

Millions de membres  
du Club R

**3**

vendeurs professionnels  
sur **4** sur Rakuten  
sont français

**+ 50**

Millions de produits  
de seconde main  
sur la plateforme

Retrouvez la biographie  
de notre PDG, Fabien Versavau



## ➔ **Rakuten redonne du pouvoir d'achat aux Français avec le Club R**

**S'inspirant de la culture japonaise qui encourage la récompense et l'engagement, Rakuten a développé une stratégie de fidélisation unique dans l'univers de l'e-commerce et a créé dès 2002 le Club R, qui réunit une communauté de membres engagés autour d'un écosystème redistributif sans équivalent. Avec Rakuten, on achète, on vend, on est rétribué.**

**En France, le Club R a dépassé les 12 millions de membres en avril 2022.**

### **Le programme de fidélité le plus généreux de l'e-commerce français**

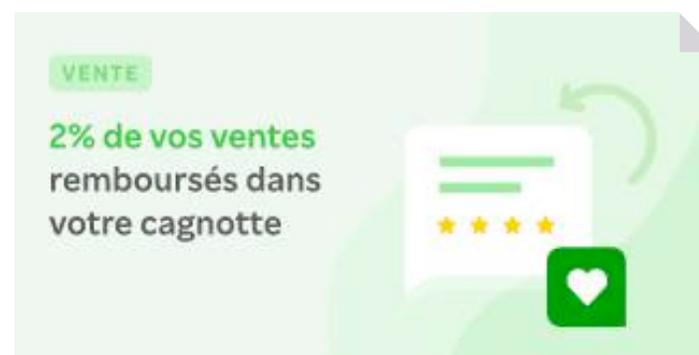
Le Club R est un mécanisme de rétribution unique : chaque achat de produits neufs ou de seconde main donne lieu à un retour sur achat en Rakuten Points, la monnaie virtuelle de la plateforme. Que le vendeur soit un professionnel ou un particulier, les membres du Club se voient systématiquement remboursés, jusqu'à 20% du montant de leurs achats en Rakuten Points, dès le premier produit ou service reçu, sans montant minimum. Les membres cumulent également des Rakuten Points à chaque vente à hauteur de 2% du montant total, ce qui leur offre un complément de revenu entièrement financé par la plateforme. Le Club R permet ainsi un réel gain de pouvoir d'achat, disponible immédiatement et valable sur les millions de produits du catalogue Rakuten.

L'adhésion au Club R est gratuite, sans engagement, sans abonnement et ouverte à tous.

### **Une dynamique vertueuse**

Unique en France, le Club R est aujourd'hui bien plus que le programme de fidélité le plus généreux de l'e-commerce français : c'est une communauté d'acheteurs et de vendeurs engagés pour une consommation responsable et qui représente aujourd'hui 80 % des acheteurs sur la plateforme.

Pour aller plus loin dans le soutien au développement de l'économie circulaire, Rakuten a lancé, début juillet 2021, le badge Vision'R qui favorise la logique sociale du Club R, et amène les membres, non seulement à continuer d'adopter des comportements d'achat vertueux mais aussi à être les ambassadeurs d'un commerce plus responsable.





## Plus de 2000 sites partenaires affiliés avec l'extension du Club R

Le Club R s'inscrit dans une logique de création de valeur partagée. En France, à travers une extension du programme, les membres de la communauté Rakuten bénéficient également de remises supplémentaires auprès d'enseignes partenaires, qui en retour profitent de l'audience fidèle et engagée du Club R. Créée en 2018, l'extension du Club R compte aujourd'hui plus de 2000 partenaires affiliés, qui proposent aux membres du Club R jusqu'à 20% remboursés sur leurs propres sites.

Le Club R, c'est le premier programme de fidélité qui récompense l'infidélité.



## Jusqu'à 20% remboursés en Rakuten Points chez nos sites partenaires

The screenshot shows the Club R website interface. At the top, there's a navigation bar with categories: Aïeune, Mode, Maison, High-tech, Sport, Enfants, Voyage. Below this, a red banner reads "5€ OFFERTS\* pour toute première commande". Underneath, there's a grid of partner logos with their respective cashback percentages: OULOC (10% remboursés), castorama (10% remboursés), Conforama (15% remboursés), Hotels.com (20% remboursés), MAISONS DU MONDE (15% remboursés), ELICTINO DEPOT (15% remboursés), and a "Voir plus" button.

# 12

Millions de membres  
en France

# 80%

Des achats sur la plateforme  
sont effectués par des membres  
du Club R

# + 300%

De croissance dans les 18 derniers mois

# + 400€

De pouvoir d'achat en moyenne par an  
et par membre, 1 000 € pour les plus actifs

## ➔ **Rakuten, acteur historique et leader de l'économie circulaire**

**Rakuten, plateforme généraliste proposant des produits neufs comme de la seconde main, est un acteur engagé en faveur de l'économie circulaire en France. Cet engagement s'inscrit dans une vision durable de l'e-commerce, au cœur de l'ADN du groupe depuis sa création. Rakuten croit en un e-commerce dont l'impact est positif pour les Hommes et la planète, et en un acte d'achat ou de vente synonyme d'engagement et porteur de sens.**

**C'est pourquoi Rakuten France offre l'opportunité à ses membres de consommer différemment, en fonction de leurs besoins et de leurs convictions.**

### **Une consommation plus durable**

L'essor de la seconde main contribue aussi à une consommation plus durable, désormais plébiscitée par les Français. Sur les fiches des produits référencés, Rakuten indique les émissions carbone qui peuvent être évitées en faisant le choix de la seconde main. En misant sur cette démarche et sur la démocratisation d'une consommation plus responsable, Rakuten a pour ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2 à 3 ans.



The screenshot shows a product listing for an Apple iPhone 13. On the left is an image of the phone. To its right are icons for a heart, a bell, and a '6' in a circle with '10' below it. The main text reads: 'Apple iPhone 13 Rose 128 Go - Apple', 'Ecran 6,1" - Réseau 5G - IOS 15 - A15 Bionic', and 'Voir le descriptif'. Below this, it states '10,54 kg d'émissions carbone évitées à l'achat de ce produit d'occasion par rapport à un produit neuf équivalent'. There are 5 stars and '275 avis'. A button says 'Vous en avez un à vendre? Vendez le vôtre'. At the bottom, there's a 'Filtrer par:' section with three options: 'Modèles disponibles Rose / 128 Go', 'Neuf (14)', and 'Occasion (5)'. A green badge says 'GARANTIE 2 ANS' and 'Reconditionné (2)'.



### **La seconde main, un secteur en pleine croissance**

A l'origine de ce modèle, l'essor de la seconde main, véritable tendance sociétale devenue pérenne et nouvelle branche motrice de l'e-commerce en France. Acteur historique sur le marché français, avec le développement il y a 20 ans d'un premier service de mise en relations entre particuliers, Rakuten est aujourd'hui un des leaders de cet univers en France et veut poursuivre dans cette voie en s'appuyant sur sa communauté de membres engagés. La seconde main représente aujourd'hui un produit sur deux des produits vendus et un catalogue de plus de 50 millions de produits, toutes catégories confondues, pour lesquels les avantages du Club R sont également valables aussi bien pour l'achat que la vente.



### **Une consommation alternative à moindre coût**

Pour encourager ce mode de consommation, la plateforme l'a pleinement intégré à son interface en proposant sur chaque fiche de produit neuf sa version de seconde main et en facilitant le dépôt d'annonces avec des solutions telles que « Quick Sell » (mise en vente d'un produit en photographiant son code barre) et « Rachat Immédiat » de Smartphones, Tablettes ou Macbook et une messagerie instantanée entre particuliers.

À travers ces modes d'achat plus responsables, les consommateurs bénéficient de produits « en excellent état » proposés en moyenne à 70 % de leur valeur initiale et peuvent ainsi s'équiper à moindre coût.

## **Vision'R**, premier dispositif à récompenser l'achat de produits de seconde main

Le badge Vision'R, lancé le 1<sup>er</sup> juillet 2021, est le premier dispositif au sein de l'e-commerce français à encourager et récompenser l'achat de produits de seconde main par des gains de pouvoir d'achat supplémentaires.

Pour deux achats de produits de seconde main réalisés sur Rakuten pour un montant total de 100 euros minimum, les acheteurs bénéficient du badge pendant un mois et reçoivent 10 % supplémentaires en Rakuten Points, monnaie virtuelle de la plateforme, en plus de leur rétribution habituelle. Ces points sont à valoir dès le mois suivant sur les prochains achats réalisés sur Rakuten.

Ce système nourrit une dynamique vertueuse en faveur de la seconde main en incitant les consommateurs à pérenniser ce mode de consommation afin de voir leur avantage renouvelé.

## **RECONDITIONNÉ CERTIFIÉ**, la garantie du neuf au prix du reconditionné

Fort du constat que le manque de garanties par rapport aux produits neufs est le premier motif d'hésitation des consommateurs vis-à-vis du reconditionné, Rakuten a lancé Reconditionné CeRtifié, une offre inédite sur le marché qui propose aux acheteurs la garantie du neuf sur les produits de l'occasion, sur coût supplémentaire.

Depuis septembre 2021, Reconditionné CeRtifié a pour but de renforcer la confiance et la satisfaction client des membres de la communauté Rakuten et des consommateurs de seconde main de la plateforme.

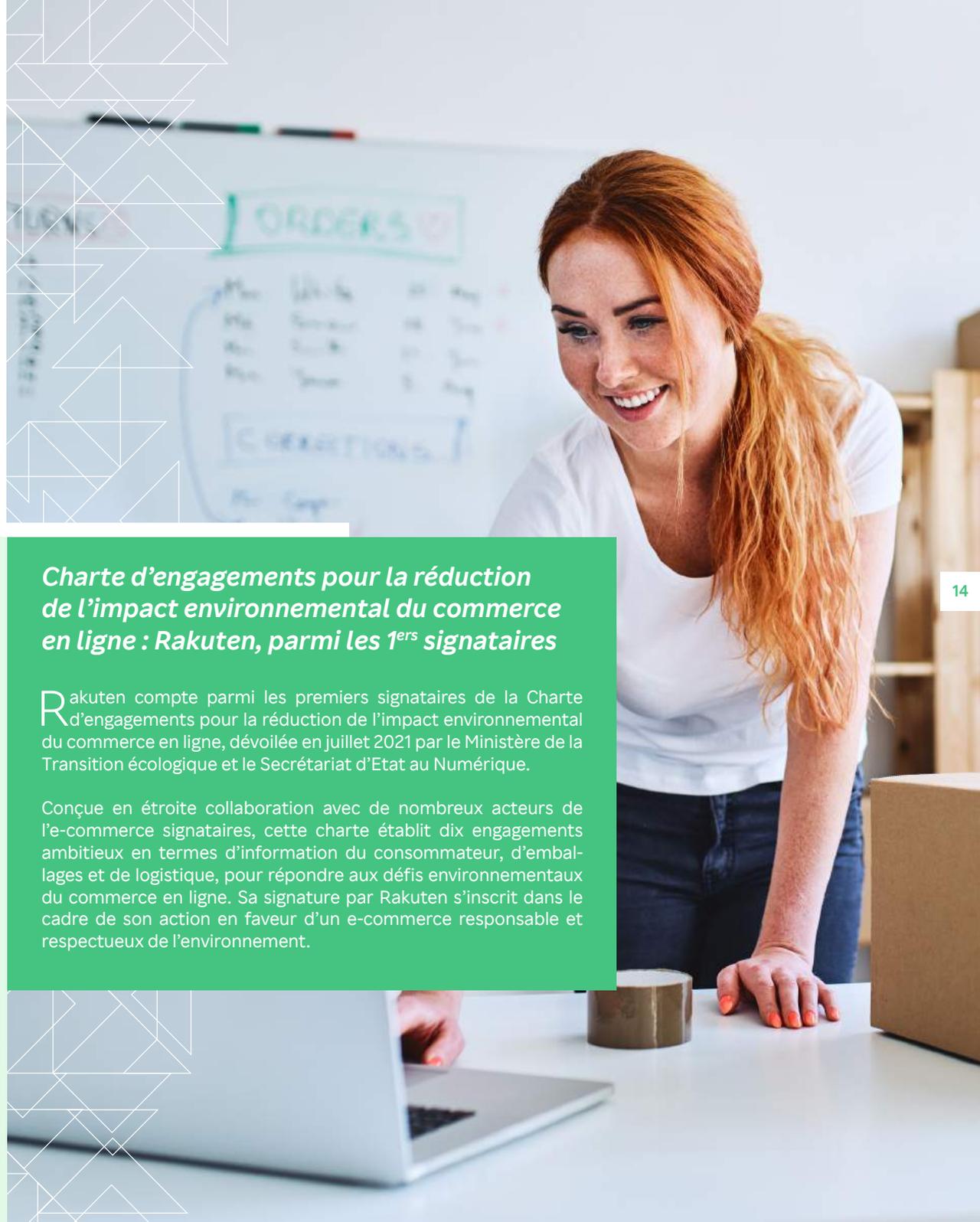
C'est une garantie contractuelle qui complète la garantie légale et assure une conformité pour tout achat de produit reconditionné. Éligible dans un premier temps sur les smartphones, Reconditionné CeRtifié est une garantie panne offerte d'une durée de 2 ans. En complément, tous les accessoires vendus avec un produit Reconditionné CeRtifié sont neufs.

Pour vendre des produits éligibles à cette garantie exceptionnelle, les vendeurs doivent répondre à plusieurs critères de sélection stricts : la qualité des produits vendus, le faible taux de réclamation et la gratuité de l'envoi.

## Charte d'engagements pour la réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne : Rakuten, parmi les 1<sup>ers</sup> signataires

Rakuten compte parmi les premiers signataires de la Charte d'engagements pour la réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne, dévoilée en juillet 2021 par le Ministère de la Transition écologique et le Secrétariat d'Etat au Numérique.

Conçue en étroite collaboration avec de nombreux acteurs de l'e-commerce signataires, cette charte établit dix engagements ambitieux en termes d'information du consommateur, d'emballages et de logistique, pour répondre aux défis environnementaux du commerce en ligne. Sa signature par Rakuten s'inscrit dans le cadre de son action en faveur d'un e-commerce responsable et respectueux de l'environnement.





# 1<sup>ère</sup>

Plateforme d'achat et vente de produits culturels d'occasion entre particuliers



# + 30 %

De croissance sur la seconde main en 3 ans



# 50

Millions de produits de seconde main référencés sur la plateforme



# + 10 %

de remboursement supplémentaire sur les achats de seconde main avec le badge Vision'R



# 1/2

Des produits vendus sur la plateforme sont de seconde main

## → Rakuten, partenaire de la digitalisation des commerçants français

La digitalisation du commerce est le troisième pilier fondamental du modèle d'e-commerce inclusif de Rakuten.

A rebours d'une vision de marché pessimiste où les plateformes e-commerce ambitionnent de se substituer aux acteurs du commerce traditionnel, Rakuten cultive une vision optimiste et inclusive où commerces, vendeurs particuliers et plateformes n'entrent pas en confrontation.

Au contraire, la plateforme de shopping a pour mission l'accompagnement de tous les commerces dans leur développement en ligne.

À la différence de la plupart des autres acteurs de l'e-commerce, Rakuten n'est pas un distributeur et ne vend pas de produits en son nom : la plateforme est ouverte à tous les vendeurs professionnels, petits commerçants locaux comme grandes enseignes, afin de leur fournir un canal de vente complémentaire et une solution clé en main pour renforcer leur présence sur le digital. Avec le lancement de Rakuten Fulfillment Network en 2022, elle démocratise également l'accès à la logistique e-commerce en proposant un service simple d'utilisation, à un tarif juste et transparent, afin redonner aux vendeurs le contrôle de leur activité.

### Un e-shop dédié pour les marques

En proposant à ses partenaires des espaces dédiés et personnalisés sur sa plateforme – appelés Rakuten e-shop –, Rakuten est la seule plateforme de shopping à offrir aujourd'hui une expérience de "rue commerçante en ligne" où les membres de la communauté retrouvent les boutiques de leurs marques préférées et découvrent de nouveaux environnements. Sans coût de développement, chaque commerçant a la possibilité de personnaliser sa boutique en ligne en intégrant son univers graphique, ses offres tarifaires, son propre catalogue, pour une expérience client unique qui lui permet de conserver son identité de marque. Les marques ont ainsi le contrôle de leur image tout en bénéficiant d'une audience élargie et qualifiée.

### Un service et un accompagnement de premier ordre

Une part très importante des ressources de Rakuten, qu'elles soient d'ordre humaines, marketing ou produit, sont dédiées au développement de l'activité de ses commerçants. Une des priorités de Rakuten est de proposer à ses partenaires des technologies qui leur permettent d'adapter leur activité de façon autonome, que ce soit en ligne au travers de leur e-shop dédié, ou en magasin avec l'option de click & collect, Rakuten Instore.

S'engager avec Rakuten, c'est aussi bénéficier d'un accompagnement personnalisé grâce à son équipe d'E-Commerce Consultants, appelée communément ECC. Ce métier créé par Rakuten au Japon pour accompagner les commerçants demandeurs de conseils personnalisés. C'est un service gratuit dont dispose chaque vendeur professionnel de la plateforme. En France, les 8 500 commerçants, marques, enseignes ou TPE / PME de Rakuten profitent chaque jour de leur expertise. Rakuten a également lancé la Rakuten Academy proposant des formations gratuites tout au long de l'année pour aider les plus petites structures à découvrir le fonctionnement et les avantages de l'e-commerce.

### Charte e-commerce

Rakuten a signé en février 2019, sous l'égide du Secrétaire d'État au Numérique, une charte pour améliorer les relations entre les marketplaces et les petites et moyennes entreprises, mission s'inscrivant déjà pleinement dans la mission de la plateforme. Un engagement volontaire pour faciliter la transition numérique des partenaires de Rakuten et leur garantir un meilleur accompagnement et des échanges transparents.

### Le Pack Starter, une offre exclusive pour les TPE et PME françaises

Dans la continuité de ses engagements pour la digitalisation du commerce local initié lors de la pandémie, Rakuten a lancé en juillet 2021 le Pack Starter, une offre exclusive destinée à faciliter l'accès des petites entreprises au e-commerce.

Gratuit et sans engagement, ce pack permet aux TPE et PME de profiter de tous les avantages et services proposés par Rakuten. Ainsi, les entreprises ont la possibilité de créer leur propre e-shop sur la plateforme, de générer du trafic dans leur magasin grâce à la solution de click & collect mise à disposition sans surcoût, tout en bénéficiant de l'audience de Rakuten et de la communauté qualifiée du Club R, 12 millions de membres à ce jour.

1<sup>ère</sup>

Place de marché omnicanale en France

8 500

Magasins présents sur la plateforme

6 000

Magasins connectés au click & collect

+ 60%

De croissance en YoY

## **Rakuten, acteur de l'économie locale**

Rakuten permet aussi à ses partenaires de générer du trafic dans leurs boutiques avec sa solution Rakuten Instore. Cette solution, s'appuyant sur l'IA, permet de synchroniser en temps réel le stock disponible de chaque magasin avec l'inventaire visible au sein des espaces dédiés en ligne. Le consommateur peut ainsi choisir de se faire livrer le produit, ou bien de retirer sa commande en click & collect – sous une heure – dans le magasin le plus proche. Rakuten Instore est accessible à tous les commerces de proximité et favorise ainsi la revitalisation des centres-villes et de l'écosystème local. Les enseignes aux réseaux nationaux comme Boulanger, y profitent, elles aussi, de cette fonctionnalité pour faire découvrir leurs magasins et générer des ventes additionnelles.



## **➔ Rakuten et Germinal : un partenariat qui a du sens**

**Rakuten et Germinal, une association du Groupe SOS, leader de l'entrepreneuriat social en Europe, ont uni leurs forces pour aider les personnes éloignées de l'emploi à développer une activité marchande en ligne.**

### **Trajectoires E-Commerce, un programme innovant d'accompagnement numérique pour les commerçants et entrepreneurs en difficulté sociale**

Objectif de ce programme: mettre à profit les relais digitaux pour faire du commerce de proximité un des leviers du développement local et de la lutte contre la fracture numérique. Cette dernière touche de plein fouet les personnes éloignées de l'emploi et les territoires défavorisés, tandis que les TPE et PME connaissent un retard préoccupant en matière de transition digitale.

Début juin, Rakuten et Germinal ont lancé ce programme dans 10 régions de France. L'ambition est d'accompagner 1 250 entrepreneur.e.s sur les 18 premiers mois.

### **Un accompagnement à 360° pour la création de commerces pérennes**

C'est la première fois qu'un programme d'accompagnement au numérique mobilise activement toutes les parties prenantes impliquées dans cette problématique sociétale : Rakuten, Germinal, les institutions partenaires, l'état, et les 8 500 marchands sur la plateforme Rakuten.

Les bénéficiaires du programme bénéficieront de la gratuité de l'ouverture de leur e-shop sur Rakuten. Comme tous les marchands sur la plateforme, ils bénéficieront également d'un accompagnement personnalisé et gratuit à toutes les étapes de leur digitalisation : l'ouverture de leur boutique en ligne, la mise en ligne de leur catalogue, le suivi des commandes et les services permettant de développer leurs ventes.

L'accompagnement des commerçant.es comprendra trois autres volets pour un suivi complet : accompagnement social, accompagnement entrepreneurial et accompagnement numérique.

# Rakuten Fulfillment Network

## Le service qui démocratise la logistique e-commerce

En mars 2022, Rakuten a franchi une nouvelle étape stratégique dans son développement en France en lançant Rakuten Fulfillment Network, un modèle inédit de service logistique couvrant la prise en charge, le stockage, l'emballage et l'expédition des commandes e-commerce. Fédérant un vaste réseau international de professionnels de la logistique et s'appuyant sur l'expertise humaine et technologique de Rakuten, Rakuten Fulfillment Network met à disposition des vendeurs un service simple d'utilisation, à un tarif juste et sans frais cachés, accessible aux e-commerçants actifs sur le marché français quel que soit leur canal de vente.

Comptant 8 entrepôts partenaires en France et en Europe de l'Ouest dès son lancement en mars, Rakuten Fulfillment Network comprendra d'ici la fin de l'année plus d'une vingtaine d'entrepôts, couvrant non seulement l'Europe mais également l'Amérique du Nord et l'Asie, deux régions où Rakuten opère déjà un réseau de services logistiques.

## Un réseau d'experts logistique



## Une offre clef en main au prix juste

Rakuten Fulfillment Network s'inscrit dans une logique responsable et équitable. Il propose une grille de tarifs unique, claire et fixe, indexée sur poids du produit et le mode de livraison choisi, et un service de stockage sans surcharge. Le modèle d'agrégateur 4PL retenu par Rakuten permettra aux petits commerçants de bénéficier de remises substantielles sur les volumes. Ils pourront ainsi réduire significativement le poids financier de la logistique dans leur activité e-commerce.

La tarification de Rakuten Fulfillment Network est entièrement transparente : les commerçants sont assurés de n'avoir aucun frais de dossier, aucun frais mensuel, aucun frais d'installation, et de bénéficier de tarifs très avantageux sans aucun engagement. Pour les commerçants, la facture est simple et limpide, quel que soit le canal de vente de leurs commandes. Les utilisateurs sont plus satisfaits ce qui améliore le score des commerçants et leur permet de vendre plus.

## Donner le pouvoir aux acteurs du commerce

Avec Rakuten Fulfillment Network, Rakuten émet une double promesse : permettre aux commerçants de reprendre le contrôle du fulfillment de leurs commandes, tout en accompagnant le développement de l'activité des acteurs de la e-logistique. Cette offre s'adresse aux petits commerçants aussi bien qu'aux grandes marques, en France, en Europe et dans le Monde.

Rakuten Fulfillment Network combine l'expertise humaine et technologique que Rakuten met au service du e-commerce à un réseau d'acteurs internationaux en fulfillment pour apporter aux vendeurs une solution simple d'utilisation, à un prix juste. Rakuten met en réseau ces acteurs de confiance de la logistique e-commerce et leur savoir-faire pour permettre aux vendeurs d'externaliser leur logistique simplement. Libérés des contraintes et du temps passé sur le fulfillment, les commerçants peuvent se concentrer sur leur cœur de métier : vendre.

En retour, Rakuten met sa communauté de 8500 vendeurs et sa technologie de pointe au service des acteurs en fulfillment, sans jamais entrer en concurrence avec eux.

Opérant en tant qu'acteur de type 4PL (agrégateur), Rakuten élargit ainsi à la e-logistique l'approche partenariale qui a fait et continue de faire son succès.

0

Frais cachés

99,8

Des commandes  
livrées en 24H

-25%

Sur votre facture  
fulfillment

+20

Entrepôts connectés  
dans le monde entier

# Rakuten France, c'est aussi...

➔ **Un engagement  
de long-terme auprès  
de ses partenaires  
et consommateurs**



**Héritier de la culture de l'omotenashi\*, prônant l'échange  
et la considération de l'autre, Rakuten s'engage en France...**

## **Lutte contre la contrefaçon et les produits dangereux**

Rakuten œuvre depuis maintenant plus de 15 ans pour endiguer le phénomène de la contrefaçon. En tant que tiers de confiance, Rakuten dispose d'une technologie unique de surveillance et de contrôle, qui s'ajoute à la présence d'une équipe dédiée à la sécurité et la satisfaction des membres de sa communauté.

## **Un engagement sur le long-terme auprès de ses partenaires et consommateurs**

Les contrôles s'opèrent notamment grâce à des systèmes de surveillance et d'alertes des comportements suspects, avec des algorithmes développés par les équipes du Rakuten Institute of Technology. Les marques sont également mises à contribution puisque les équipes les rencontrent régulièrement et participent aux formations qui sont dispensées aux agents douaniers afin d'affiner leurs capacités de détection des produits contrefaits. Grâce à ces actions, le taux de réclamation lié à la contrefaçon est inférieur à 0,01%.

*\*Sens du service absolu en japonais*



# 楽天

***Rakuten signifie « Optimisme » en japonais. Cet état d'esprit singulier, au cœur de la vision portée par Hiroshi Mikitani lorsqu'il a fondé Rakuten, est intrinsèque au groupe aujourd'hui. Inventeur de la place de marché B2B2C numérique et leader du digital, Rakuten cultive cette approche partenariale du commerce depuis sa création en 1997.***

***Cette culture d'entreprise japonaise – sens du service, vision de long terme, respect des traditions, engagement social, conscience collective – va de pair avec l'ancrage de Rakuten en France : Rakuten s'appuie sur ces deux piliers fondamentaux pour créer les services innovants proposés à sa communauté de vendeurs et d'acheteurs et développer un modèle d'e-commerce vertueux qui profite à tous.***

# Rakuten

